

ABSTRACT

Café is a good business with a good and competitive opportunity field. In order to survive and win the competition, then the company must be able to provide the differences from its competitors. Another way that we can do is offering a unique store atmosphere which different from the other competitors.

Store atmosphere contains of exterior, interior, layout and display which is a physical combination of a store that can influence consumers to make purchases. The purpose of this research is to investigate the influence of store atmosphere Treehouse Café toward consumer purchase interest. The research was conducted using statistical methods with SPSS software version 12.0.

Based on the research and processing of data about the store atmosphere in general, obtained significant result for alpha 0,05. Then, the general store atmosphere can not be conducted that the effect on consumer purchase interest. From the data processing, obtained the result that the store's atmosphere (exterior) did not effect on a consumer buying interest because of its significant value alpha of 0,947. Interior did not affect consumer buing interest because of its significant value alpha of 0,35 which more bigger that the p -value 0,05. Layout did not effect consumer buying interest because of its significant value alpha of 0,34 which more bigger than the p -value 0,05. Display influence on a consumer buying interest because of its alpha value significantly's 0,000, smaller than the p -value 0,05.

Keyword: store atmosphere, exterior, interior, layout, display and interest.

ABSTRAK

Bisnis *café* merupakan salah satu bidang usaha berpeluang cerah dan sangat kompetitif. Agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan, maka perusahaan harus mampu memberikan perbedaan dari pesaingnya. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menawarkan *store atmosphere* yang unik dan berbeda dari pesaing.

Store atmosphere terdiri dari *exterior*, *interior*, *layout* dan *display* yang merupakan kombinasi fisik dari sebuah toko yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* “Treehouse Café” terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan metode statistik menggunakan *software* SPSS versi 12.0.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data mengenai *store atmosphere* secara umum, diperoleh hasil signifikan *alpha* sebesar 0,05. Maka, secara garis besar dapat disimpulkan bahwa *store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Dari hasil pengolahan data, diperoleh hasil bahwa *store atmosphere* (*exterior*) tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen karena nilai signifikan *alpha*-nya sebesar 0,947. Interior tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen karena nilai signifikan *alpha*-nya sebesar 0,35 lebih besar dari nilai *p-value* 0,05. *Layout* tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen karena nilai signifikan *alpha*-nya sebesar 0,34 yang artinya lebih besar dari nilai *p-value* 0,05. *Display* berpengaruh terhadap minat beli konsumen karena nilai signifikan *alpha*-nya sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai *p-value* 0,05.

Kata kunci: *store atmosphere*, *exterior*, *interior*, *layout*, *display* dan minat beli.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	9
2.1 Definisi Pemasaran.....	9
2.1.1 <i>Store Atmosphere</i>	9
2.1.2 Elemen-elemen Atmosfer.....	11
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	23
2.1.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian.....	24
2.1.5 Minat Beli Konsumen.....	27
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	28
2.2 Kerangka Pemikiran.....	30
2.3 Hipotesis.....	32

BAB III METODE PENELITIAN	
3.1	Objek Penelitian dan Subjek Penelitian.....34
3.2	Metode Penelitian.....36
3.3	Definisi Operasional Variabel.....36
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....43
3.5	Sampel dan Populasi.....45
3.6	Analisis Data.....46
3.6.1	Uji Validitas.....46
3.6.2	Uji Realibilitas.....52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....58	
4.1	Hasil Pengumpulan Data.....58
4.2	Regresi.....63
4.3	Pengujian Hipotesis.....65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....69	
5.1	Simpulan.....69
5.2	Saran.....69
DAFTAR PUSTAKA.....72	
LAMPIRAN.....74	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>).....90	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Operasional Variabel..... 38
Tabel II	Skala Penilaian Konsumen Terhadap <i>Store Atmosphere</i>44
Tabel III	Skala Penilaian Minat Beli Konsumen..... 44
Tabel IV	Uji Validitas <i>Exterior</i>47
Tabel V	Uji Validitas Interior..... 48
Tabel VI	Uji Validitas <i>Layout</i>49
Tabel VII	Uji Validitas <i>Display</i>50
Tabel VIII	Uji Validitas Minat Beli.....51
Tabel IX	Uji Realibilitas <i>Exterior</i>53
Tabel X	Uji Realibilitas Interior54
Tabel XI	Uji Realibilitas <i>Layout</i>55
Tabel XII	Uji Realibilitas <i>Display</i>56
Tabel XIII	Uji Realibilitas Minat Beli.....57
Tabel XIV	Distribusi Frekuensi dan Persentase Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....58
Tabel XV	Distribusi Frekuensi dan Persentase Demografi Responden Berdasarkan Usia.....59
Tabel XVI	Distribusi Frekuensi dan Persentase Demografi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....60
Tabel XVII	Distribusi Frekuensi dan Persentase Demografi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....61
Tabel XVIII	Distribusi Frekuensi dan Persentase Demografi Responden Berdasarkan Pengetahuan Mengenai “Treehouse Café” 62
Tabel XIX	Uji Regresi..... 63

DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
LAMPIRAN A	Kuesioner.....	73
LAMPIRAN B	Hasil Input Data Kuesioner.....	75
LAMPIRAN C	Validitas.....	80
LAMPIRAN D	Realibilitas.....	83
LAMPIRAN E	Regresi.....	86
LAMPIRAN F	<i>Coefficient, ANOVA dan Model Summary</i>	88